Entre redynamisation urbaine et banalisation des espaces : tensions et enjeux de l'urbanisme touristique

---

Entre redynamisation urbaine et banalisation des espaces : tensions et enjeux de l'urbanisme touristique[1]

Conçues par les urbanistes depuis une vingtaine d'années, la restauration et la requalification des espaces urbains valorisent l'architecture, animent le cœur des villes et des stations et leur donnent un nouvel ancrage temporel, un temps oublié (Vles 2004:175). Ces transformations sont notamment à l'origine de l'émergence de nouvelles pratiques touristiques et du système complexe d'activité qui leur est lié. Elles expliquent en partie l'explosion actuelle du tourisme urbain : les villes concentrent la plus forte consommation touristique en France (40 %), estimée à près de 25 milliards d'euros, dont 60 % sont le fait de touristes étrangers, en partie fondée sur ces nouvelles vitrines marchandes. Le voyage en ville justifie aujourd'hui 35 % des déplacements en Europe et connaît une croissance continue de 4 % par an (ODIT France 2008). Mais avec une durée moyenne de 4,6 jours, l'augmentation considérable du nombre de séjours urbains est aussi la résultante de modifications sociétales profondes : réduction du temps de travail, mobilité professionnelle, fractionnement des vacances, éclatement des familles, multiplication des évènements culturels, sportifs, développement des transports à bas coût… Le « tourisme endogène » prend aujourd'hui une ampleur grandissante : on devient de plus en plus touriste dans sa propre région[2]. La ville, que l'on a associée longtemps à l'espace/temps du travail et de la contrainte, devient un espace récréatif de premier plan, souvent chargé d'histoire, parfois support d'originalité et d'identité. C'est dans ce champ social très vaste que se rencontrent urbanisme et pratiques touristiques.

Objet des recherches

Cet article rend compte des premiers résultats d'un ensemble de recherches dont la première séquence est achevée, la suivante en voie d'achèvement et qui s'intéressent aux effets et tensions auquel l'urbanisme est soumis lorsqu'il est confronté au tourisme. On y observe si les projets urbains ont un effet sur les modes de transplantation, d'installation des voyageurs dans les villes touristiques et les stations. Et inversement comment les comportements des touristes, portés par des désirs variés, reflets de projets différents de mobilité, sont intégrés par les urbanistes. D'ordinaire, on envisage volontiers la transformation de l'image de la cité sous l'angle des politiques publiques, du projet urbain et de la programmation (Lynch 1998). Cette analyse reste inaboutie en ce qui concerne les rapports entre production des espaces publics modernes et pratiques touristiques. On a donc souhaité questionner l'intervention urbanistique vue par l'œil du touriste.

Bien entendu, dans ce champ de recherches, on ne part pas de rien. Les sites publics en ville ont en effet donné lieu à une longue tradition d'expérimentations méthodologiques (Grosjean, Thibaud 2001). L'écologie urbaine, l'anthropologie de l'imaginaire, la sociologie des modes de vie, la géographie ou

---

[1] Ensemble des mesures qui visent à assurer l'intégration du tourisme dans la ville.

[2] Le colloque « Fins et confins du tourisme » (Grenoble, 2009) a constitué un temps fort de la mobilisation des chercheurs en sciences sociales autour du renouvellement d'une pensée réflexive et prospective sur le tourisme. On s'est interrogé sur les limites de la sphère du tourisme et des loisirs, et, par là même plus précisément, sur la validité de l'hypothèse d'un bouleversement des formes et des types de tourismes confrontés aux crises, hypothèse qui confirmerait une remise en cause du fait touristique contemporain. Les communicants ont apporté des preuves d'apparition de modifications réelles dans les systèmes touristiques modernes : le renouvellement des pratiques et des pratiquants contribue à l'innovation générale dans les modalités d'usage du temps libre, le rapport à la mobilité et plus globalement au tourisme. La réalité du « tourisme endogène » notamment dans les villes y a été démontrée et le terme - peut-être impropre - utilisé par de nombreux chercheurs.

encore la sémiologie de l'espace sont autant de courants ayant contribué à la diversité des méthodologies actuelles telles les « récits de vie », « cartes mentales », « observations participantes », « analyses des réseaux sociaux ». Les travaux publiés montrent que les touristes ont une représentation différente de l'espace selon les pratiques effectuées. Les disciplines scientifiques ont surtout analysé jusqu'à présent les pratiques en station ou en ville en se référant aux significations que lui confèrent les pratiquants, ce qui nécessite d'appréhender d'une part les processus par lesquels ces derniers acquièrent et transforment les informations qu'ils reçoivent à propos de ces espaces touristiques, et d'autre part l'influence que ces propos ont sur leurs comportements (Reynier 1996:85). La compréhension du rôle que jouent les espaces publics passe par la prise en compte des acteurs qui contribuent à leurs donner corps et celle des usagers qui les pratiquent. Il semble nécessaire d'associer l'étude des représentations, des images et des symboles liés aux espaces publics à celle des pratiques spatiales et de voir si ces représentations transforment l'image que les touristes se font de leur destination urbaine. Si le touriste est désormais considéré comme coproducteur de l'espace public des villes touristiques, sa perception doit pouvoir fonder l'analyse des urbanistes et le projet des maîtres d'ouvrage.

Méthodes

Du point de vue méthodologique, une première recherche « espaces publics touristiques urbains » (portant sur Barcelone, Bordeaux, Montpellier et Marseille), financée en 2004-2005 par la Direction du tourisme du ministère de l'Equipement et du Développement durable dans le cadre d'un appel à projets « tourisme et espace urbain », a entrepris d'identifier les perceptions des usagers des espaces publics des métropoles par les voyageurs, de comprendre la manière dont ces touristes les abordent et comment ils se les approprient, d'observer s'ils en comprennent le sens et, réciproquement, de voir quel sens voulaient leurs conférer leurs concepteurs à partir de l'analyse spatiale classique des lectures de site (Verdier 2009 :179-181). Comme le veut cette méthode, les chercheurs se sont d'abord imprégné de "l'esprit des lieux" par l'observation in situ de villes : mémorisation à toute heure des séquences visuelles, apparition et déplacement des flux dans le champ visuel, logiques d'observation ou au contraire indifférence au paysage... Cette approche du terrain a été suivie par deux développements plus qualitatifs : l'un fondé sur la technique des entretiens semi directifs afin de cerner les représentations des acteurs à travers leurs discours (étude de la demande sociale par enquêtes), l'autre, sur des méthodes d'investigation de type « spatialisées » (rapports entre pratiques et lieux), de sorte à compléter les paroles par des indications "physiques", des repères spatiaux. Ces procédés ont permis de qualifier la perception du territoire. L'outil photographique a été le support de questionnements auprès des voyageurs, suivant les travaux de Kevin Lynch[3] ou de Pascal Amphoux. L'observation a consisté à soumettre des documents photographiques de situations urbaines à l'interprétation d'urbanistes, de voyageurs ou d'habitants du lieu. C'est cette première démarche qui a permis d'obtenir les résultats de recherche résumés ici.

Cette première phase de recherche achevée, l'équipe poursuit deux approfondissements importants, comparatifs, dans les stations du littoral et en montagne (qui feront l'objet de publications ultérieures) menées cette fois à partir de l'adaptation d'une méthode développée pour comprendre l'imaginaire des murs à pêche de la ville de Montreuil (Séchet Laforgue 1998). Les enquêtes menées s'appuient sur une batterie d'images qui sont présentées à des touristes choisis sur place, au hasard. Deux corpus d'images leur sont soumis. Le premier contient une petite centaine de photos prises sur des sites touristiques variés (hors de leur lieu d'enquête: ce sont des destinations autres, « concurrentes », qui ne sont pas nommées). Les espaces publics de ces sites sont de toute nature : attractifs, peu attractifs ou pas du tout attractifs. Les touristes enquêtés sont invités à classer cette première série d'images en

[3] Kevin Lynch peut être considéré comme l'un des précurseurs dans ce domaine. Il a proposé des méthodes innovantes d'analyses spatialisées à partir de l'observation de trois villes américaines : Boston, Jersey City, Los Angeles (Lynch 1998). Il a notamment utilisé des outils tels les représentations "picturales" des espaces vécus (les « cartes mentales »), la technique photographique (les « tests » photographiques) ou encore la réalisation de parcours concrets avec des usagers (en utilisant l'enregistrement).

autant de tas qu'ils le souhaitent et selon l'analyse discriminante qu'ils choisissent de mener (ceci afin d'éviter d'influencer leur jugement et leur analyse en leur soumettant des catégories prédéfinies). L'enquêteur ne doit à aucun moment induire la classification réalisée par le touriste. Certaines analyses portées par les voyageurs s'avèrent purement fonctionnelles, d'autres préférentielles («j'aime»/«je n'aime pas»), d'autres paysagères ou s'appuient sur une typologie des matériaux (bois/béton/nature…). Après avoir précisé au chercheur comment ils en sont venus à répartir les photos de l'échantillon en 4 ou 5 tas différents (en sélectionnant une photo représentative de chaque groupe formé), les touristes sont confrontés à un second paquet ne contenant plus, cette fois, que des images de la station ou de la ville dans laquelle ils séjournent et qui constitue le terrain de la recherche. L'enquêté est convié à classer ce second paquet d'une centaine de photos selon les mêmes catégories qu'il a choisies précédemment (fonctionnelle, préférentielle, paysagère…) sans qu'il ait, d'ailleurs, à les nommer. Dans cette méthode Séchet – Laforgue, les catégories « inurbanité», « urbanité», etc. sont attachées à des groupes d'images différentes. Ces appréciations font ressortir des groupes de paysages qui vont le plus souvent associés par les touristes. Ces groupes permettent de trouver des descripteurs, tirés des entretiens, pour décrire ces univers et de qualifier les représentations. Le discours tenu par les touristes peut alors être transformé à 3 ou 4 discours typiques.

Parce qu'il associe divers procédés, ce corpus méthodologique, un peu long (il faut compter une heure à une heure trente par enquêté, lors d'un « travail » effectué parfois dans un café en hiver, notamment en station de montagne), laisse une entière liberté d'analyse au touriste et favorise ainsi une meilleure compréhension de la manière dont les espaces publics sont appréhendés par leurs usagers touristes (et non plus seulement par leurs concepteurs) : leur réalisation, leur fonctionnement, leur utilisation sont ainsi confrontés et l'« appréciation » reste libre, sans questionnement directif qui pourrait biaiser les appréciations. Les photos sont toutes numérotées et leur association par l'enquêté en « tas » fait l'objet, en laboratoire, d'un traitement informatique sous forme d'analyse de correspondances (il s'agit d'identifier quels lieux ont été qualifiés de manière identique et quelle est la nature de cette qualification). Ce procédé permet également au chercheur de repérer, par les « nuages de points » issus du traitement de toutes les enquêtes, les vecteurs d'urbanité et de répulsion présents dans la ville étudiée (en favorisant une certaine objectivité, par le support visuel et l'identification de lieux concrets comme vecteurs centraux de tels ou tels messages). Ce travail, outre qu'il apporte des éléments sur les catégories structurantes des représentations, permet également de mieux écouter ce qui localement fonde l'adhésion ou le rejet des touristes et favorise l'émergence de potentiels identitaires en station, pour les visiteurs (et pas seulement pour les élus, les habitants ou les urbanistes).

Prolongements

On ne prétend pas, dans ce premier compte-rendu et alors que certaines recherches sont encore en cours d'exploitation[4], donner une vérité statistique à l'appréciation des formes urbaines par les touristes, mais plutôt identifier des enjeux apparus lors des travaux d'enquête et d'observation, les soumettre au débat scientifique et permettre de systématiser les investigations dans d'autres sites par d'autres chercheurs. L'équipe entreprend déjà cet approfondissement dans les stations de montagne (à la demande en 2008 du Département des Pyrénées-Atlantiques) et sur le littoral (à la demande en 2009 du Département des Landes)[5]. Ces prolongements analysent par différentes approches (commentaire en marche) la dimension narrative du cadre architectural et du bâti public, sa mise en tourisme (son interprétation par le visiteur), sa recomposition par les pouvoirs locaux dans un « récit » parfois nouveau : un agencement, une lecture paysagère, une interprétation racontée au passant. Au-delà de la

[4] Par le laboratoire SET, UMR CNRS-UPPA n° 5603

[5] En outre, deux thèses en aménagement touristique avec allocation de recherche ont été dirigées par l'auteur dans le cadre précis de cette recherche depuis 2004.

simple question de l'appréciation de la transformation des paysages des villes touristiques, qui peuvent les conduire à les banaliser et à les standardiser, ces recherches sont entreprises aussi pour tenter d'évaluer l'impact réel des requalifications des espaces publics pour les villes et stations et à déterminer quel est leur potentiel d'efficacité dans leur positionnement vis-à-vis des destinations concurrentes.

En quoi l'urbanisme permet-il d'améliorer l'image d'une ville ou d'une station ?

La question peut sembler naïve, la réponse positive évidente. Il n'est peut-être pas vain d'en rappeler l'importance pour l'élaboration du projet participatif de ville ou de station. L'une des particularités du tourisme en ville est qu'il se pratique essentiellement par la déambulation dans des espaces publics (places, rues, ruelles, traboules, terrasses, esplanades, jardins, cours…) : 70 % des touristes urbains déclaraient en 2007 avoir fait une promenade en ville pendant leur séjour, 54 % visitent la ville à pied (ODIT France 2008). Partie du domaine public non bâti, affectée à des usages publics, l'espace public des urbanistes est formé par une propriété et par une affectation d'usage (Merlin ; Choay 1996 :334). Concept d'essence polysémique et transdisciplinaire, il relève à la fois de la sphère politique (Habermas 1978), sociologique (Goffman 1973 ; Germain 2002), spatiale (Toussaint ; Zimmermann 2001). L'approche urbanistique et architecturale l'appréhende dans tous ses aspects : « *l'espace public renvoie à une totalité, celle de la ville, et à la diversité de ses quartiers, de ses fragments. Il fait corps avec un lieu, des architectures qui lui donnent des fonds, des couleurs, des fermetures ou des ouvertures. Il s'ouvre à des habitués, des étrangers, des enfants, des véhicules. Au niveau du sol comme au niveau du ciel, il croise la mémoire collective et l'usage individuel. Il nécessite enfin la collaboration d'un grand nombre d'intervenants – ce qui rend sa réalisation très complexe* » (Picon-Lefebvre 1997:10). La récente restructuration et la mise en scène des espaces publics à des fins récréatives dans les grandes villes témoignent des modifications qui ont transformé temps de travail et de loisirs, mobilités et sédentarité. Lieux de vie, d'événement, d'expression de l'identité et de l'ambiance, voire de « l'âme » d'un système urbain, parfois véritables agoras ou au contraire simples voies de cheminement, de passage, les places, rues, parvis, points de repère créent dans les villes des endroits privilégiés et libres d'accès où se mêlent l'habitant et le voyageur. Points de convergences où se rencontrent différents usages, de tensions sociales parfois, ils forment la partie la plus exposée de la mise en œuvre des politiques urbaines : lieux de connexion de projets de ville, ils régissent l'orientation des flux, deviennent vecteurs d'image et acquièrent ainsi une fonction stratégique de première importance (Bassand 2001:23).

Une image profondément renouvelée

L'urbanisme participe à la fabrication de l'image d'une ville parfois profondément renouvelée, dont l'ouverture au tourisme contribue à accroître la notoriété (les quelques exemples convoqués par la recherche entreprise - Barcelone, Berlin, Lyon, Montpellier, Bordeaux, Marseille - sont symptomatiques d'un phénomène devenu aujourd'hui mondial). L'aménagement urbain y produit ou met en valeur un décor et une symbolique valorisant l'identité, le renom, l'attrait de la cité (Vles 2004). Les architectes et les paysagistes ne gèrent plus l'espace public urbain seulement en termes de circulation des hommes et des réseaux : ils transforment sa capacité à créer une représentation d'activités sociales, du « vivre ensemble ». Par exemple, la ville de Montpellier a compris très tôt l'effet bénéfique pour l'attractivité d'un positionnement fondé sur les loisirs (Fricau 2008) : dès les années 1970, les pratiques récréatives, affirmées avec force comme véhicules d'une image valorisante, constituent l'un des cinq axes prioritaires de la stratégie de technopolisation à outrance d'une ville affichée comme « *surdouée* ». La construction de cette image, épaulée par un mouvement de décentralisation tombé à point nommé, a donné des résultats évidents que d'autres cités, de taille souvent moindre, ont tenté de reproduire, avec plus ou moins de rapidité ou de bonheur. La requalification et l'adaptation des espaces publics à la modernité sont devenues les outils privilégiés

de la reconquête ou de la lutte contre l'obsolescence des villes. Les travaux des chercheurs concordent tous sur ce point : Rachel Rodrigues-Malta (2005) montre comment, dans un échantillon de plus de 73 villes portuaires européennes, plus de 50 opérations cherchent à réintégrer les fleuves, fronts de mer, docks, bref l'élément aquatique dans l'organisation territoriale et le fonctionnement urbain. Partout dans le monde les friches artisanales, industrielles ou militaires sont restructurées au profit des activités ludiques, récréatives, commerciales dans le but avoué d'accroître l'attractivité des centres-villes (des cas aussi différents que Bercy Village, la réhabilitation muséographique de la Jahrhundertalle de Bochum, la construction du Musée d'art contemporain dans le quartier El Raval de Barcelone, le Musée Guggenheim à Bilbao… sont en cela emblématiques – Vlès et al. 2005:38). La qualité de l'image mentale que le voyageur se fait d'un quartier – donc a fortiori d'une ville, est directement liée aux liens qui unissent entre eux ces lieux à forte notoriété : les recherches publiées dans ce domaine ont montré que plus les espaces publics sont pensés, organisés, travaillés, plus la compréhension générale de l'ensemble est identifiable pour l'usager et son attractivité meilleure (Pinon 1991, Toussaint 2001, ODIT 2008, Park 2008). Cependant, compréhension ne signifie pas homogénéité ou banalisation, au sens de la réduction de la complexité de l'espace urbain : l'aménagement de la place aux Huiles en liaison avec le cours Estienne d'Orves, derrière le Vieux Port de Marseille, crée judicieusement un espace calme, un « salon urbain », sans voitures, une scène propice à la rencontre, à l'échange qui rompt radicalement avec l'agitation alentour. Cet aménagement conduit très vite à une mutation des fonctions urbaines : les restaurants remplacent les entrepôts et les imprimeries, les voitures disparaissent en sous-sol et le vide, la lumière, l'espace délivrent le passant du plein et de l'oppression (Fricau 2008:237).

Les politiques publiques tentent ainsi de sauver les villes touristiques que le cadre bâti vieillissant condamne à la relégation au rang des sites connotés comme surannés, désuets ne pouvant s'adresser désormais qu'à un tourisme marginal, hors des lieux de la modernité et du progrès. Bien entendu, ce traitement ne vaut que pour son affichage symbolique : l'urbaniste ne peut travailler que sur des morceaux de ville et c'est de la cohérence de l'ensemble des quartiers que dépend l'émanation d'une ambiance urbaine. Car si les campagnes de promotion touristique peuvent réduire l'image de Bordeaux aux quartiers du Triangle d'Or, de Saint Pierre et aux quais réaménagés, celle de Marseille au Vieux Port ou à la Belle de Mai, celle de Montpellier à l'Ecusson et à Antigone, le voyageur ne s'y trompe guère et retient généralement un ensemble (Vles et al. 2005). Il découvre des jeux de volumes entre les pleins et les vides, des « portes » qui délimitent une scène propice à la rencontre, à l'échange rompant parfois radicalement avec l'agitation alentour. Par cette rupture avec les quartiers environnants, le parti d'aménagement permet une respiration à la vie urbaine et à sa découverte. Ceci conduit très vite à une mutation des fonctions qui lui étaient attribuées : les restaurants ont remplacé les entrepôts et les imprimeries, les voitures ont disparu en sous-sol et le vide, la lumière, l'espace ont remplacé le plein et l'oppression. C'est sur cette base que la transformation de bâtiments productifs en équipements ouverts au public, culturels ou récréatifs est un facteur constitutif du tourisme urbain, mais aussi, comme ces anciens arsenaux marseillais transformés en musée, elle contribue à la cohérence de l'image au profit des usages ludiques fondés sur ce qui est censé représenter (pour le voyageur) l'essence de la vie locale, ici méditerranéenne.

Cet urbanisme « sensible » prend en compte les capacités de charge et les seuils de saturation, fabrique des ambiances, crée des émotions et les rend accessibles et perceptibles : il engage l'espace social urbain dans un rapport au monde, il se montre. À Montpellier, la place de la Comédie joue à la fois le rôle de parvis pour l'opéra, d'espace de rendez-vous autour de la fontaine, de porte d'entrée pour le centre commercial du Polygone (et par extension, d'invitation à poursuivre vers Antigone), de passage vers la gare, l'Ecusson (centre historique) et l'Esplanade qui la relie au siège du Conseil régional. Les aménagements qui y ont été programmés en font « *un seuil, un sas, un lieu où il faut passer pour entrer et saisir le sens de la ville.* [Cette place] *raconte l'exceptionnel, dit le banal, promeut le trivial, permet le marginal* » (Ferras ; Volle 2002 :155). Son positionnement, ses fonctions

et son aménagement favorisent le mouvement : son agencement rectangulaire produit un effet de perspective qui appelle le passant à la traverser dans son axe le plus long, la quasi absence d'obstacles en son centre facilite la déambulation et la transforme en promenade, les seules ouvertures visuelles en ses quatre coins la font lien entre l'Esplanade, le Polygone, l'Ecusson, la gare. Haut lieu théâtralisé de la vie urbaine, l'aménagement de la place de la Comédie ne fournit pas seulement un cadre, il constitue la ressource première de son activité récréative en produisant une dynamique, en imposant un rythme, en impulsant des mouvements et des pratiques. Les choix d'urbanisme (et leurs corollaires en termes d'ambiance : acoustique, mobilité, environnement lumineux, olfactif, thermique, dimension esthétique) s'imposent ainsi aux politiques touristiques.

L'urbanisme participe à la fabrication narrative de la cité

Les urbanistes sont donc conduits à composer des espaces publics emblématiques de manière à permettre à l'usager d'en saisir tant l'originalité et l'harmonie que le mode d'emploi dans une société qui est devenue celle de l'image et de la notoriété. Les plus grands architectes sont convoqués pour redessiner le décor de ces lieux dont on attend un rayonnement international. Pour l'habitant, mais aussi pour l'étranger, le visiteur, ambassadeurs potentiels, devenus vecteurs de renommée, les places et les avenues sont transformées en lieux composites où se superposent des fonctions parfois contradictoires et des publics aux attentes antagonistes. L'urbaniste, en veillant à ce qu'ils satisfassent à la fois les usages économiques essentiels à la ville (services, commerces, bureaux, artisanat), la spontanéité des relations sociales (rencontres fortuites, échanges de plaisirs et de consommation touristiques, attente, flânerie, culture, spectacles, jeux…), les surprises sensorielles liées à la découverte de formes, d'événements nouveaux qui émergent des lieux de mémoire réhabilités ou nouvellement édifiés (l'Holocaust Mahnmal de Berlin en constitue peut-être l'archétype contemporain) réussit souvent, dans les villes étudiées, à introduire un imaginaire original (Antigone à Montpellier, La Place aux Huiles à Marseille, El Raval à Barcelone, l'aménagement des quais de Bordeaux…), à nul autre lieu pareil, qui combatte l'ennui, appelle au souvenir, à la rêverie, à la promenade, à la tranquillité ou au contraire invite au mouvement, à l'exploration, à l'activité ludique, aux recours symboliques.

La fabrication narrative de la ville pour les touristes par l'aménagement de ses espaces publics est possible et a été mise en œuvre avec succès dans un certain nombre de cités ou de stations : les conduits depuis 2004 montrent comment le traitement urbanistique du cadre architectural et du bâti public, l'interprétation symbolique des bâtiments et des fonctions produite pour le visiteur par l'architecture, leur recomposition par les pouvoirs locaux dans un « récit » révélant l'esprit du lieu (un agencement, une lecture paysagère, une interprétation racontée au passant[6]) assurent à une stratégie de rayonnement de la ville un grand potentiel d'efficacité en tant que destination touristique et la démarquent de ses concurrentes. Le cas de Bordeaux est flagrant (Vles et al. 2005 ; Fricau 2008). Ici, des grands programmes d'architecture ont permis, à l'opposé du mimétisme, d'importer un « *imaginaire au cœur de l'ordinaire* » (Urbain 1998) et de donner au visiteur au moins l'illusion de s'affranchir du quotidien, dans le lieu même du quotidien. En la matière, l'influence de la pensée architecturale de l'École du Bauhaus, pour laquelle construire et montrer est avant tout une activité sociale, intellectuelle et symbolique, est considérable dans ses implications touristiques (Droste 2002). Représenté par les réalisations de Walter Gropius et de Ludwig Mies van der Rohe à Berlin, à Chicago ou à New-York, le design planning du Bauhaus, né à l'avant-garde de la nouvelle construction des années 1920 à Weimar, a exercé une influence considérable sur la modernisation radicale de la vie et de ses phénomènes secondaires positifs et négatifs, d'autant plus que quelques-uns des plus éminents professeurs du Bauhaus ont acquis une influence grandissante hors d'Allemagne, surtout aux Etats Unis d'Amérique. Aujourd'hui encore, la pensée du Bauhaus exerce ses effets formels dans la

[6] Par exemple l'expression symbolique par l'architecture de l'idée de transparence dans la Cité démocratique : le Tribunal de Grande Instance de Bordeaux (architecte : Rogers 1999), le Reichstag de Berlin (architecte : Forster 2000) ou la structure autoporteuse de la gare de transit aux abords immédiats de l'ancien World Trade Center de New-York (architecte : Calatrava 2009).

production de la ville contemporaine mondiale, surtout dans la manière dont il en détermine les rythmes, les formes et les couleurs qui la transforment en objet de contemplation. A l'affût de la nouveauté, de la singularité du quartier, l'urbanisme ainsi met en scènes les découvertes (l'accès à la visite des traboules de Lyon, les puits de la mémoire des autodafés nazis creusés dans la Bebelplatz en enfilade de l'avenue Unter den Linden de Berlin…), privilégie les expériences, les sensations, les rencontres. On y traite le visiteur non plus comme un étranger, cet individu autrefois considéré avec indifférence, mais comme un nouvel acteur de la vie urbaine. Imaginaire, perception des sens, expérience du visiteur sont sollicités dans ce qui est avant tout une rencontre. Cette attention nouvelle qui fait du touriste un acteur de l'espace public urbain transforme la ville en lieu soumis à une appropriation constante, toujours en mutation. Son aménagement relève autant du rationnel et du sensible, de l'expérience subjective et de la perception que du fonctionnel. La place de la Comédie à Montpellier, le Mémorial de l'holocauste ou la Porte de Brandebourg de Berlin, la place Pey-Berland à Bordeaux, le cours Estienne d'Orves à Marseille ont été métamorphosés par un simple aménagement de surface et par un choix réfléchi des matériaux et des couleurs pour les sols mettant en valeur l'architecture périphérique, la théâtralité du décor et sa large ouverture à toutes les strates de la société.

Cette attention nouvelle qui fait du touriste un habitant et de l'habitant un touriste, en tous cas un acteur de la mise en scène de l'espace public urbain, transforme la ville en lieu ouvert à une appropriation constante, parfois conflictuelle, jamais définitive, un lieu d'orientation, de bifurcation, d'attente, de déplacement. Son aménagement relève plus du rationnel et du sensible, de l'expérience subjective et de la perception que du fonctionnel. Le traitement des façades y est essentiel mais souvent l'aménagement du sol suffit à produire l'ambiance d'un lieu : le touriste apprécie positivement l'aménagement de la place de la Comédie à Montpellier, de Pey-Berland à Bordeaux, du cours Estienne d'Orves à Marseille qui ont été métamorphosés par un simple aménagement de surface mettant en valeur l'architecture périphérique, la théâtralité du décor par un choix réfléchi des matériaux et des couleurs pour les sols (Fricau 2008).

La question de la rencontre favorisée entre visiteurs et habitants n'est pas tranchée

L'ambiance semble déterminée par l'action qui s'y déroule (ibid., Vles et al. 2005). Un décor sans intrigue, sans action est comme une scène vide. Sa mise en scène ne peut être artificielle : le recours systématique à un événement éphémère ne suffit pas à produire une ambiance ordinaire. Elle dépend de l'appropriation des lieux par les populations. Sa « mise en tourisme » implique donc concrètement de dramatiser le lieu, de le mettre en perspective, de s'affranchir de la seule représentation utilitaire et fonctionnelle (Joseph 1995). C'est ce que montrent ces nouveaux îlots contemporains de bureaux construits depuis les années 1990 à Berlin, à Bordeaux, insérés parfois brutalement dans des quartiers XVIIIe très homogènes (la Cité Mondiale dans les Chartrons, par exemple). Avec ses façades en verre dans un quartier de pierre, ses arrondis dans un espace très rectiligne, sa hauteur graduée émergeant du secteur bâti en R+3, ils tempèrent, par effet de contraste, l'image monotone du quartier environnant. De même, la création de la place des Pistoles dans le « Panier » à Marseille, au croisement de quatre lieux touristiques (la cathédrale de la Major, la rue de la République, la Vieille Charité et le Vieux Port) affirme au patrimoine local une nouvelle polarité de pôle en créant une attraction. « *Entourée d'un grand nombre de monuments historiques, la place ainsi restructurée accueille des animations traditionnelles tout en créant un nouveau parvis dont la force jaillit grâce au recul, structuré par des banquettes filantes s'ordonnant autour d'une fontaine, un rattrapage des niveaux par une série d'emmarchements et de murets de soutènement qui invitent à la découverte et à la déambulation, l'implantation d'arbres pour le jeu d'ombres et de lumières et d'appareils d'éclairage pour y prolonger la vie en nocturne. L'édification d'une fontaine et d'un mur d'eau redonnent un sens à la toponymie (rue du puits) et recréent une ambiance de place méditerranéenne* » (Fricau 2008:178). Cette place, à caractère récréatif pour les jeux qu'elle incite auprès des habitants, est également touristique par le patrimoine qu'elle met en scène. Cette double fonction favorise la rencontre entre les voyageurs et la société locale.

L'embellissement du quartier de Vésone à Périgueux montre, a contrario, les limites d'une greffe mal traitée. Confiée à Jean Nouvel, la réalisation sans ancrage spatial ou temporel d'un musée dans ce quartier historique (bâti autour de ruines romaines), totalement laissé à l'abandon dans un paysage urbain sans intérêt ni structure, pose avec acuité le problème de la contemporanéité des principaux espaces publics touristiques. La construction et la diffusion de la nouvelle « image de marque » de ce site n'ont pas été rendues possibles parce que le traitement global de son environnement immédiat est resté en friche. La représentation que s'en font l'habitant et le voyageur est influencée par l'expression du quartier, sa représentation sociale, sa fonction, son histoire et même son nom. Le rôle de l'urbanisme touristique qui est de mettre à jour, de modifier, de rendre lisible ou de renforcer cette signification n'a pu être tenu (Vlès 2002).

Tensions liées à la mise en tourisme des villes

Cependant, les stratégies qui placent les villes touristiques en concurrence dans un contexte économique incertain condamnent leurs centres à se démarquer parfois à outrance et de manière très artificielle. Certaines en arrivent à se couper de ce que souhaitent leurs habitants et à tourner le dos aux racines culturelles qui ont façonné leur identité. On retrouve ici cette particularité du tourisme qui tend à détruire ce qui le construit lorsque les foules, lasses d'une rencontre qui pourrait se passer ailleurs, presque n'importe où désormais, piétinent dans des lieux où l'identité, l'authenticité ont été gommées. Si les recherches engagées ont décelé ces tensions dans l'ensemble des villes étudiées, elles apparaissent plus amplement à Barcelone, sans doute en raison de la très grande notoriété de cette métropole qui s'est orientée vers le tourisme de masse depuis la décennie 1980.

Tensions autour de l'appropriation de l'espace public

La qualité et l'identité d'une ville tiennent avant tout à son ambiance ordinaire : elles sont acquises dès lors que ses hauts lieux demeurent fréquentés par les habitants, que les usages y sont pluriels, que la mixité sociale s'y maintient. Ce partage de l'espace est très vite confronté aux questions de l'appropriation des espaces visités et aux conflits d'usage. Par exemple, la politique touristique suivie à Barcelone depuis une douzaine d'années montre des signes de débordement évidents (Vlès et al. 2005:66). Fait remarquable et rare, elle y avait acquis une grande efficacité grâce à l'action d'un organisme de coordination associant le secteur privé et le secteur public qui reposait sur un consensus social initialement largement partagé. Barcelone a été une des premières villes au monde à veiller à toujours articuler l'image touristique avec l'aménagement urbain, la morphologie de l'espace devant faire écho aux grands thèmes structurants du récit de la ville et inversement : « *la revaloritzacío de la ciutat i de l'espai públic com a seguretat i ciutadania* » (Borja 2001:100). Hélas, poussé par les grands événements liés à la mondialisation touristique (les Jeux olympiques, la Forum des cultures de 2004, les opérations du type « 22@ » ou « Diagonal Mar » doublent le nombre de lits dans les hôtels en 10 ans), une nouvelle politique touristique est apparue au grand jour en 1993, avec la création de *Turisme de Barcelona*, organisme mixte issu de la municipalité en collaboration avec la Chambre de commerce et d'industrie et avec la Fondation pour la promotion internationale de Barcelone. Cet organisme a facilité l'inscription du tourisme comme un des axes fondamentaux du développement de Barcelone : le Plan stratégique de la ville, dès 1993, en fait effectivement une de ses priorités. C'est ainsi que l'urbanisme s'est vu grandement subordonné à cet objectif (Ajuntament de Barcelona 1996). Du coup, les idées qui inspiraient ce modèle barcelonais existent toujours, mais elles ne se concrétisent plus que dans la réalisation ou la rénovation de quelques interventions dont le rôle est devenu très secondaire, sinon marginal, subordonné à une autre politique, à des opérations immobilières majeures. La Barcelone post-olympique cherche à rentabiliser les investissements considérables qui y ont été programmés, y compris dans l'extension de l'espace public.

Prétendant au rôle de place internationale, Barcelone n'a eu de cesse de faire écho aux modes en matière de notoriété urbaine. Se voulant « globale », elle est entrée dans un système concurrentiel et

s’est engouffrée dans un partenariat avec le secteur privé où celui-ci impose ses propres règles de rentabilité liées au système financier international. L’effet urbanistique saute aux yeux avec les opérations du type « 22@ » ou « Diagonal Mar » où triomphe un urbanisme frontal, mondialisé, générant une ségrégation sociale aiguë et un paysage de centres commerciaux géants sans rapport aucun avec l’image millénaire ciselé par les micro aménagements des quartiers de l’hyper centre. L’événement « Forum mondial des cultures - 2004 », qui se voulait un substitut – en termes de mobilisation socio-économique – aux Jeux Olympiques, confirme cette politique d’urbanisme touristique banalisée. C’est un choix qui n’a en aucune sorte été prescrit par le touriste : au contraire, Berlin a investi pour son gigantesque quartier historique *Museuminsel* dans un aménagement soucieux du respect de l’art et du passé prussien (« *eine grossartige Vision* », Welt am Sonntag, Herbst 2008:11). Ici, on s’est situé à l’opposé de la réduction narrative, à l’opposé du décor planté qui impose une image finalement factice, réduite, fabriquée de toute pièce, à l’opposé d’une mise en scène déconnectée des racines identitaires du lieu. À Barcelone, le récit fait de la métropole méditerranéenne par l’aménagement urbain depuis une dizaine d’années, très simplifié, a tendance à réduire l’histoire de la ville racontée aux passants par le mobilier urbain à quelques rares moments, concentrés sur les lieux de notoriété touristique (Vlès et al. 2005 :64-74). Comme si le voyageur devait se limiter au quartier gothique, aux ramblas, à la Barceloneta, à Montjuic, à la Sagrada Familia, et, éventuellement, au Tibidabo, à Pedralbes, à l’Eixample. Il est vrai que, sur ces quelques espaces ouverts au public et singulièrement au voyageur, on compte aujourd’hui plus de 4 millions de touristes par an. Cette évolution vers le tourisme de masse renforce ainsi une image réductrice de la ville, et génère des externalités négatives que l’équipe de recherche a observées dans ou à propos de l’espace public.

Réduction narrative du paysage urbain

De grandes cités mais également plusieurs villes stations (notamment sur les littoraux) se sont ainsi engagées dans d’inquiétants processus de réduction narrative de leur héritage patrimonial qui, s’il permettent de répondre immédiatement aux exigences du tourisme de masse, génèrent également des effets négatifs dont l’intensité, parce qu’elle est contraire aux principes du tourisme durable, conduit à réévaluer la politique qui le sous-tend. Toutefois, la question des implications de cette fabrication narrative n’est pas simple à trancher. Car les effets de mode et la mondialisation ont produit des villes où se côtoient souvent conformisme et banalité : mêmes mobiliers urbains, systèmes et signalétiques de circulation normés, structures paysagères reproduites à l’infini, absence d’identité et d’originalité. L’urbaniste a offert souvent au tourisme de masse et à ses grandes migrations des destinations banalisées, aux différences gommées ; les places, les rues des villes et des stations sont ainsi devenues stéréotypées et ont été insérées dans un mode de consommation uniformisé, bâti autour d’avenues ou de dalles dans lesquelles s’imbriquent des centres commerciaux. Le constat n’est pas nouveau : le tourisme banalise et dès 1890, Jousset écrivait : « *la banalité, gagnant de proche en proche, a répandu sur toutes choses sa teinte grise uniforme. Plus de couleur ; le pittoresque disparaît : toute la France se ressemble* ». On retrouve dans la généralisation de la production urbaine ces ruptures d’ancrage temporel des villes qui, en emportant toutes les différences, enlèvent son sens au voyage. Maintenant averti, le touriste assimile toujours plus les différences. À Barcelone comme ailleurs, aujourd’hui, les villes reviennent sur une architecture « années 70 » qui faisait coller, à l’époque, l’adaptation du cadre bâti aux attentes du « client » : en suivant cet aménagement standardisé, « moderne », elles ont couru le risque de se démoder dès l’avènement du post-modernisme. Car « la demande » est par nature éphémère. Certes, on constate au cours des entretiens que le touriste demande des besoins qu’on lui suggère, mais, exigeant, il a acquis au fil de ses expériences une capacité de décision et de mobilité qui déroute en permanence les professionnels. S’il fréquente les lieux commerciaux avec assiduité, les entretiens en marche montrent qu’il semble peu apprécier le style banalisé. D’autant que le cliché, le stéréotype, la pauvreté architecturale ont façonné des quartiers peu propices à redécouvrir ce qui fait l’authenticité de la ville. À Barcelone comme ailleurs, ils sont le fait d’une architecture de marketing largement programmée dans les opérations de rénovation ou de requalification urbaines, soumises aux

concepts réducteurs du quartier commercial des chaînes franchisées plutôt qu'à la recherche, par le voyageur, de lieux de convivialité, de sociabilité, d'échange culturel.

Le paysage urbain que cherche à projeter Turisme de Barcelona constitue aujourd'hui une entrée incontournable pour comprendre le processus de réduction narrative dans lequel la ville est entrée. En effet, les récits que sous-tendent les aménagements publics (traitements paysagers des dalles par un mobilier urbain futuriste – lampadaires effilés, malles corsaires en fonte, bancs à une place…) cherchent à imposer, sans ambiguïté, l'image d'une ville dynamique et contemporaine à tous points de vue. Le passé y est valorisé seulement par le rappel systématique de « *deux époques de splendeur* » : l'époque « *gothique* » et celle du « *modernisme* ». Ces deux époques ont certes toutes deux laissé une empreinte remarquable dans la morphologie de la ville et de ses espaces publics. Mais cette réduction de l'histoire de la ville à deux époques laisse un champ peut-être trop important à l'élan créatif et international de la Barcelone contemporaine : elle applique la même rhétorique à l'embellissement du paysage urbain ancien qu'elle construit ou restructure actuellement ses quartiers nouveaux.

De plus, des opérations comme le Forum des cultures ou le centre commercial de Diagonal Mar, réalisées dans les années 2000 pour donner une image de ville-monde, conduisent, en dépit de quelques immeubles originaux, à produire des imitations de paysages qu'on retrouve ailleurs dans la plupart des villes. C'est un peu comme si la politique touristique avait encouragé un urbanisme appauvri, à l'image de son récit. À Barcelone, la scène s'est vidée par endroits de toute urbanité locale. L'espace public y a été manipulé pour satisfaire une image internationale, et non pour le citoyen. Est-ce source de conflits à venir ? Très probablement, car, comme l'exprime Jordi Borja : « *à Barcelone, la dynamique qui peut nous conduire à devenir un parc à thème mondialisé est forte, quoique les résistances des citadins soient aussi capables de renouveler l'urbanisme citoyen* » (Borja 2001:100). Le cas de Barcelone montre comment le tourisme, lorsqu'il devient « de masse », génère des codes et des usages spécifiques à tendance conflictuelle. Les temps d'attente, la densité trop forte provoque des tensions de nature conflictuelle qui finissent par nuire à l'image de la ville.

Stratégies d'évitement de la part des habitants

La production de cette image standardisée n'est pas sans effets sociaux. Les entretiens accompagnés ont montré les stratégies d'évitement mises en œuvre par les habitants dans leurs cheminements quotidiens, premier signe d'un conflit latent (Vlès et al. 2005:75). Sur les fameuses ramblas du centre-ville, le flot des touristes est tel que le barcelonais a perdu l'habitude de s'y promener, sauf le dimanche où il semble reprendre quelque peu possession de cet espace ; le reste du temps, pour se déplacer, l'habitant utilise d'autres voies plus ou moins parallèles. La rue Ferran, connue depuis longtemps comme axe commercial de qualité, en fournit le meilleur exemple. La multiplication récente des commerces et services visant le tourisme de masse (« fast food », magasins de vêtements, de souvenirs et d'autres articles bas de gamme) ont fait tellement chuter, notamment par leurs enseignes, l'esthétique de la rue que l'habitant se surprend à ne plus l'employer depuis un certain temps, préférant emprunter plutôt les ruelles qui la longent. Ce phénomène de dégradation visuelle et d'évitement n'est pas unique à Barcelone. Il se généralise dans toutes les villes et stations qui ne mettent pas en place un cahier des charges strict d'urbanisme commercial, surtout dans leurs parties centrales où les peintures et les néons aux couleurs criardes dégradent visuellement les espaces publics et les coupent de leur environnement patrimonial. Évitements et réduction narrative posent avec acuité la question de l'appropriation des lieux, du partage de l'espace, de la mixité des usages qui sont les conditions du maintien d'une ambiance ordinaire nécessaire tant à la vie sociale normale de la ville qu'à son attrait pour le voyageur, donc à son attractivité réelle et à son identité à long terme (PUCA 2008).

Le fait que la population commence à s'interroger, dans le cadre des entretiens réalisés, sur la ressemblance des services, des commerces, des animations de rue indique une certaine prise de conscience de la transformation paysagère de la ville liée au tourisme de masse. À Barcelone – mais ce ne saurait être un cas d'espèce, même la presse se fait écho de ce que les ramblas deviennent « *le pire*

magasin du monde » (El Periódico 25/2/05), n'offrant que des souvenirs bon marché et de mauvais goût (du « mannequin-pisse » en habit catalan au « sombrero mexicain ») dans des magasins tenus par des asiatiques. On constate également la gêne que le tourisme procure aux habitants en termes de bruit, de coûts de nettoyage et d'embouteillages (par exemple la noria des cars qui s'arrêtent Passeig de Sant Joan, comme à Berlin au niveau du mur à niveau du musée Haus am Checkpoint Charlie*)*. Ces conflits demeurent pour la plupart latents, voire larvés. Même s'il est encore le fait d'une minorité intellectuelle, l'écho remarquable des questions urbanistiques au sein de la population risque de donner de l'ampleur aux enjeux ainsi soulevés. Les enquêtes menées en promenades accompagnées révèlent une ville parfois vécue comme un parc d'attraction ou parc à thème (à Barcelone, le terme de « *un parque temático* » a été plusieurs fois prononcé, figure 2). L'offre patrimoniale se trouve précisément là où bat le cœur de la ville, là où l'ambiance seule suffit à faire son charme. Or cette ambiance repose sur l'usage de l'espace par ses habitants, qui maintenant le désertent.

Persistance ou accentuation des formes de ségrégation urbaine

Ce discours réducteur lié au tourisme de masse accentue également certaines formes de ségrégation. Ce sont d'abord les touristes qui se retrouvent complètement isolés. C'est particulièrement visible dans le mobilier urbain et la signalétique nouvelle qui envahissent l'espace public, où l'anglais semble jugé le moyen d'atteindre le plus grand nombre. Ainsi, de plus en plus d'annonces ou de menus sont affichés exclusivement en anglais. Les affiches multilingues disparaissent progressivement. Dans ce contexte où, bien souvent, l'employé d'un musée, d'un restaurant ou d'un café s'adresse directement au touriste en anglais de préférence à sa langue natale, l'interaction culturelle entre la culture locale et celle du visiteur semble le dernier des soucis. L'invitation au dialogue n'est pas au rendez-vous. La ségrégation est clairement lisible. Et il est intéressant de voir combien celle-ci rebondit encore à propos de l'enjeu urbanistique. La stratégie de promouvoir une image simplifiée de la ville a conduit à privilégier le produit touristique constitué par quelques lieux précis et massivement voire trop fréquentés. De nombreux conflits urbains ont eu lieu dans les secteurs dont la population a été activement chassée (notamment à Poble Nou, dans le nord-est, en raison du plan 22@).

La muséification et la gentrification des centres urbains font également partie des effets pervers généralement constatés dans le cadre des cités de forte notoriété (Duhamel ; Knafou 2007 :18). La patrimonialisation excessive relevée à Venise constitue un cas d'école que l'on retrouve jusqu'à San Francisco ou Montréal. Changement de pratiques habitantes, changement de population, mutation des commerces et arrivées des touristes figent l'espace par des procédures de protection et de mise en valeur. Les façades des bâtiments, les matériaux utilisés ou les modifications à l'intérieur du bâti sont réglementés pour éviter la dégradation du paysage urbain. Souvent abrités dans un secteur sauvegardé ou dans une zone de protection du patrimoine architectural et paysager, les quartiers historiques subissent des opérations de restauration visant à rendre salubres des habitats et des espaces dégradés. L'amélioration du parc de logement conduit à une hausse des prix de l'immobilier et génère une attractivité pour de nouvelles populations souvent plus aisées que celles en place. Le tourisme n'est pas directement à l'origine de ces effets pervers : même s'il contribue à une hausse des prix, il n'est ici que le vecteur indirect favorisant la mobilité des capitaux, un facteur d'accompagnement issu de la mobilité et de la mondialisation. Il est cependant associé à ce mouvement qu'il renforce.

Un risque avéré de vacuité et de paysage urbain urbain dépourvu de signes distinctifs

De tout ceci, on peut dégager quelques enseignements quant aux rapports entre l'urbanisme, l'habitant et le touriste. Un premier constat a trait à la ségrégation. D'un côté, la valorisation, en termes d'image, de certains ensembles patrimoniaux impose une lecture unique et conséquemment une politique d'aménagement qui exclut toute présence qui ne lui correspond pas. D'autre part, la réduction narrative masque aux touristes des pans entiers de la ville et de sa culture, renforçant la pauvreté narrative de l'image communiquée. Autre constat, ce n'est pas seulement le touriste qui semble un peu perdu dans l'univers qu'on lui a mis en scène. C'est aussi, à Bordeaux, à Barcelone, souvent le cas de

l'habitant ! En effet, la rapidité avec laquelle l'espace public a été transformé et surtout avec laquelle une certaine image de la ville a été affichée, fait un peu de l'habitant un touriste dans sa propre ville. Intéressé par les travaux d'urbanisme et souvent flatté par l'ampleur des réalisations, il ne peut s'empêcher de s'interroger sur son propre rapport à son milieu de vie, à son propre passé dans la ville. D'un espace public limité ou sacrifié aux encombrements, il se retrouve dans des voies ou des sites le plus souvent piétonniers et d'une étendue dont il n'avait pas l'expérience.

L'analyse du fonctionnement des espaces publics urbains montre que le danger conflictuel lié au tourisme est pour l'instant limité à ce risque de vacuité et de banalisation. Celle-ci apparaît lorsque les récits permis par les opérations d'urbanisme sont pauvres de sens, simplifiés à l'extrême et fondés sur la banalité et l'imitation. Les aménagements des espaces publics urbains participent réellement d'un argumentaire associé à l'image de la ville, donc hautement touristique, destiné à capter de nouveaux flux de visiteurs ou, plus simplement, à renouveler l'idée qu'on s'en fait ailleurs, à accroître son attractivité. Les traitements de la forme de l'espace public urbain, les travaux sur leur composition, leur mise en lumière, leur ambiance sonore transforment ces espaces de rencontre et induisent des conflits, parfois réels mais la plupart du temps latents, entre tourisme et pratique quotidienne des habitants.

Conclusion

Le tourisme accompagne le processus d'appropriation ou de réappropriation de la ville : l'urbanisme en tient désormais le plus grand compte dans ses projets. Mais l'aménagement touristique est valorisant pour la ville s'il introduit de la contingence, des événements fortuits et imprévisibles, s'il préserve la liberté de construction narrative des habitants : se déplacer devient une invitation à la découverte et à l'inattendu si le touriste et l'habitant trouvent une ville surprenante par les œuvres qu'elle expose et les récits multiples et différents qu'elle leur donne à construire. Plus que l'image issue de mises en scènes banalisées, la contingence des situations et des découvertes donne l'occasion de faire intervenir l'imaginaire au cœur de l'ordinaire, permet de s'affranchir du quotidien. L'habitant devient dans cette optique non seulement bénéficiaire de la mise en tourisme des espaces publics urbains mais il en est centre, le point de départ symbolique et social. Ce scénario semble être celui de la ville qui échappe à la muséification, qui fonctionne bien et contribue à gommer ce qui peut faire conflit entre habitants et touristes, ce qui renforce les satisfactions individuelles. La stratégie à suivre viserait alors à promouvoir des images complexes de la ville, à ne jamais privilégier un « *produit* » touristique constitué uniquement de quelques lieux précis, à passer de la gestion de sites isolés remarquables à des ouvertures aux touristes d'espaces et d'ambiances variées, socialement habités : équipements publics, petits commerces traditionnels, voies de types divers parfois séparées, parfois associées sur des parcours communs. L'aspect primordial des initiatives réussies de revitalisation des centres-villes touristiques réside bien dans cette intention de construire la ville « de l'un et de l'autre » (« *Die Stadt des und* » : la ville des uns et des autres) et d'échapper à la ville exclusive, de l'un *ou* de l'autre (« die Stadt des entweder oder », Beck 1996). Pour l'urbaniste, le récit à promouvoir, celui qui va sous-tendre l'image touristique de la ville, respecte et traduit l'assemblage des éléments divers qui font le vécu quotidien de la population résidente. Construire une politique de tourisme urbain n'est pas seulement un processus esthétique, c'est aussi une question d'organisation sociale et économique.

À une échelle très différente, les travaux de recherche en cours conduits par l'équipe dans des stations, françaises ou étrangères, littorales (La Grande Motte, Port Barcarès, Seignosse, Saint-Jean-de-Mont, Cambrils) ou en montagne (Gourette, Saint-Lary, La Pierre-Saint-Martin, Latas) vont maintenant vérifier comment ces problématiques d'un urbanisme en tensions s'y posent, notamment dans le cadre des expérimentation de modes de requalification plus ou moins réussis.

Bibliographie :

AJUNTAMENT DE BARCELONA, 1993. *Pla Estratègic de Turisme de Barcelona. Pla d'Accions*, Barcelone : Ajuntament de Barcelona & Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona.

AMPHOUX P., 2004. « Le projet urbain, la pensée paysagère et l'hybridation des savoirs » in ZEPF M. (dir.), *Concerter, gouverner et concevoir les espaces publics urbains*. Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes, 175 p.

BASSAND M., COMPAGNON A., JOYE D., STEIN V., 2001. *Vivre et créer l'espace public.* Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes, 223 p.

BECK U., 1996. *Die offene Stadt*. München : DAB.

BORJA J., MUXI Z., 2001. L'espai públic : ciutat i ciutadania. *Espai públic urbá* n° 2, Barcelone : Diputació de Barcelona, p. 100-110.

DROSTE M., 2002. *Bauhaus 1919-1933*. Berlin : Taschen, coll. Bauhaus archiv.

DUHAMEL P., KNAFOU R., 2007. *Les mondes urbains du tourisme.* Paris : Belin.

FERRAS R., VOLLE J-P., 2002. *Montpellier Méditerranée.* Paris : Economica.

FRICAU B., 2008. *La mise en scène à des fins touristiques des espaces publics urbains. Bordeaux, Marseille et Montpellier*. Thèse présentée en vue de l'obtention du doctorat d'Aménagement, sous la direction de V. Vlès. Pau : Université de Pau et des Pays de l'Adour.

GOFFMAN E., 1973. *La mise en scène de la vie quotidienne.* Tome 2 : *Les relations en publics.* Paris : Editions de Minuit.

GROSJEAN M., THIBAUD J-P. (dir.), 2001. *L'espace urbain en méthodes*. Marseille : Editions Parenthèses (collection Eupalions). 217 p.

GERMAIN A., 2002. La redécouverte de l'espace public : regards d'architectes et de sociologues. *In :* F. Thomas, *Espaces publics, architecture et urbanité de part et d'autre de l'Atlantique*. Saint-Etienne : Publications de l'Université de Saint-Etienne, p. 25-31.

HABERMAS J., 1978. *L'espace public*. Paris : Payot.

JOSEPH I., 1995. *Prendre place. Espace public et culture dramatique*, Paris : Ministère de l'Equipement, Plan Urbain, Pontigny-Cerisy : Éditions Recherches-Colloque de Cerisy.

JOUSSET P., 1980. *Un tour de Méditerranée*. Paris, Librairies-imprimeries réunies.

LYNCH K.,1998. *L'image de la Cité*, Paris : Dunod, 224 p.

MERLIN P., CHOAY F., 1996. *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*. Paris : PUF.

ODIT France, 2008. *Améliorer la qualité d'usage touristique des espaces publics en ville*. Mini guide. ODIT France, coll. Ingénierie touristique, n° 19, 92 p.

PARK J-Y., 2008. *Les stratégies et les projets urbains pour l'attractivité territoriale : rôle, place, et signification des nouveaux espaces de consommation urbaine*. Thèse d'Aménagement-urbanisme, sous la direction de Patrizia Ingallina. Paris : Institut d'urbanisme. 572 p.

PINON P., 1991. *Lire et composer l'espace public*, Paris : Ed. du S.T.U., Ministère de l'Equipement, du Logement, des Transports et de la Mer.

PICON-LEFEBVRE V., 1997. *Les espaces publics modernes. Situations et propositions*. Paris : Groupe Moniteur, Plan Construction et Architecture.

PUCA, 2008. Débats du colloque *L'attractivité : maîtrise du temps et de l'espace* [online]. Ministère de l'Ecologie, de l'Aménagement et du Développement durable : Plan Urbain Construction

Architecture – Université Paris 12 et Université Lille 1. Paris : PUCA, Grande Arche de la Défense – Paroi Sud, à partir de URL www.urbanisme.developpement-durable.gouv.fr/puca [consulté les 17 et 18 novembre 2008]

REYNIER V., 1996. *Les pratiquants des stations de sports d'hiver : représentations sociales et comportements territoriaux*. Thèse en Sciences et Techniques des Activités Physiques et Sportives, Université Joseph Fourier, 312 p.

RODRIGUES-MALTA R., 2005. Villes, ports et waterfronts. Expériences sud-europennes . *Urbact working group SUDEST-Sustainable Development of Sea Towns Urbact programme*. Naples Lead Partner. Launching forum of Napoli, 17-19 novembre 2005

TOUSSAINT J-Y., ZIMMERMANN M., 2001. *User, observer, programmer et fabriquer l'espace public.* Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes.

URBAIN J-D., 1998. *Secrets de voyage. Menteurs, imposteurs et autres voyageurs invisibles*. Paris : Payot, coll. Essais.

VERDIER PH., 2009. *Le projet urbain participatif.* Paris : Editions ADELS et Yves Michel, 264 p.

VLES V., 2002. « Valorisation de l'imaginaire touristique du quartier de Vésone par l'aménagement des espaces publics », *Ateliers et projets opérationnels du D.E.S.S. Aménagement et gestion de stations touristique*, t. 3., compte-rendu de recherche, Université de Bordeaux 3, n.p.

VLES V., 2004. Espaces publics et mise en scène de la ville touristique. *In :* V. Berdoulay (dir.). *L'espace public à l'épreuve. Régressions et émergences.* Pessac : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, p.177-186.

VLES V., (dir), BERDOULAY V., CLARIMONT S., MORALES M., 2005. *Espaces publics et mise en scène de la ville touristique*, rapport de recherche. Paris : Ministère délégué au Tourisme, direction du Tourisme – laboratoire SET UPPA-CNRS n° 5603, 97 p.

VLES V., 2007. « Tourisme durable et attractivité : peut-on relancer le projet urbain des stations touristiques ? L'exemple des stations de montagne ». *L'attractivité des territoires : regards croisés*. Paris : Plan Urbain Construction Architecture, février-juillet 2007, p. 99-102.

VLES V., 2008. "Attractivité des villes touristiques : les limites du projet urbain", *L'attractivité : maîtrise du temps et de l'espace*, Paris, 17-18 nov. 2008, Ministère de l'Ecologie, de l'Aménagement et du Développement durable : Plan Urbain Construction Architecture – Université Paris 12 et Université Lille 1, 10 p.

Auteur :
Vincent VLÈS
Professeur d'aménagement et d'urbanisme
Laboratoire SET, UMR CNRS-UPPA n° 5603
Université de Pau et des pays de l'Adour
Avenue du doyen Poplawski
64000 PAU
vincent.vles@univ-pau.fr
http://web.univ-pau.fr/RECHERCHE/SET/INTRANET/fiche_identite.php?user=vles

Source : ***« Entre redynamisation urbaine et banalisation des espaces : tensions et enjeux de l'urbanisme touristique ».*** Mondes du tourisme, n° 3, juin 2011, p.14-25 URL : http://www.revue-espaces.com/librairie/8053/urbanisme-touristique-immobilier-loisirs-stations.html